

投稿類別：本土關懷

篇名：

來去菜市仔—復興市場的昔與今

作者：

曾德宸。花崗國中。八年四班

沈郡蓉。花崗國中。八年四班

王甯仕。花崗國中。八年四班

指導老師：

黃淑卿老師

張世樺老師

壹●前言

一、研究動機

每處傳統市場都是一座地方博物館，也是蔬果探險和飲食風物的大驛站。菜市場一逛，我們對這地方的認識才会有更生動地具體起來。所以，菜市場不只是買賣蔬果之地而已，一趟地方之旅，若少了菜市場的見聞，我們難有貼近在地生活的體驗。光是我們學校附近就有復興市場、中華市場、重慶市場、中山市場等，尤其復興市場離我們學校僅有咫尺的距離，每天我們上下學都會經過，那菜市場豐富的生命力，和人情味，吸引著我們，所以，我們這次以復興市場為研究的主題，想要探求復興市場與眾不同的風貌。

二、研究目的

我們希望透過文史資料的整理閱讀，和實地調查訪問，了解復興市場的歷史變化；其次，我們也藉由訪問復興市場攤主和顧客對於資料再進行補充，再透過訪問復興市場管理員許繡娟小姐，和民主里吳明崇里長，希望了解復興市場的特色和未來發展。

三、研究方法



貳●正文

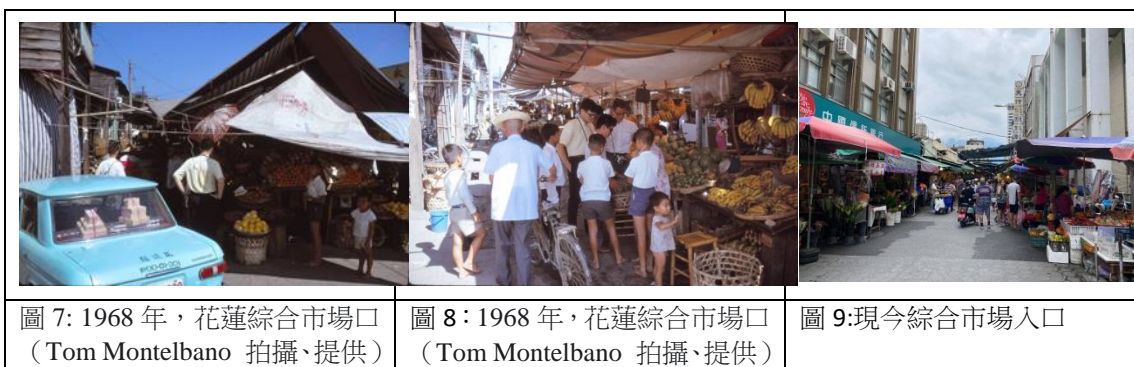
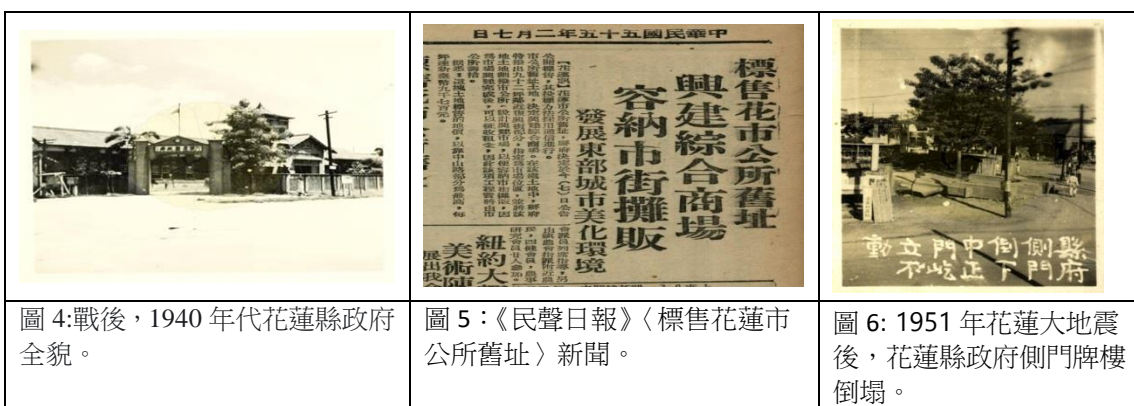
一、歷史沿革

復興市場的所在地為日治時期的花蓮港廳，花蓮港廳最初於明治28年(1895)5月由臺南縣臺東出張所管轄，於隔年4月改為臺南縣臺東支廳。臺東廳於明治30年(1897)5月新設後，於同年10月在花蓮地區設立了奇萊辦務署，奇萊辦務署於隔年6月即廢止。並於同年10月設立花蓮港出張所，此為「花蓮港」名稱之始。明治34年(1901)11月，花蓮港出張所廢止，改設置花蓮港支廳。明治42年(1909)10月25日，臺灣原有之二十廳改制為十二廳之際，臺東廳下的花蓮港支廳和璞石閣支廳合併成立花蓮港廳，亦至此脫離臺東成為獨立的行政區。

原花蓮港廳建築共 680 坪，工費 8 萬 8 千元。明治 43 年（1910）年 1 月 21 日花蓮港廳發生大火，大火過後隨即重建，同年 11 月新築花蓮港廳竣工。和洋式建築，入口處仿哥德式高塔建築，入口玄關處大面多宮格窗，除了採光佳外，也可由室內望外看到戶外美景。建築兩側有數座上下對開窗戶，相當的典雅。後燬於昭和 20 年（1945）太平洋戰爭的戰火之中。戰後，花蓮港廳按日本時代外觀重新修復，並將具有消防供用的高塔增建。

民國 40 年（1951），花蓮發生大地震，花蓮市滿目瘡痍，人心惶惶，人民擔憂大海嘯來襲，於是花蓮縣政府決定各公家單位率先搬遷至美崙地區民國 42 年（1953）竣工。而花蓮縣政府舊址則由花蓮市公所遷入。

民國 54 年（1965）花蓮縣政府決定將花蓮市公所現址辦公室拆除改建綜合市場。縣政府公告招標出售花蓮市公所舊有辦公廳舍並拆除工程。同年 7 月 10 日在縣府開標，底價為 12 萬餘元。於是日本時代的花蓮港廳建築就此消失再地名面上，取而代之的則是一棟又一棟的商業區建築。



在日治時期，復興街緊鄰著花蓮最初繁華的市街，往來人潮眾多，所以在花蓮港廳周圍即聚集不少的攤販，後來市公所拆除後，於民國 57 年(1968 年)成立綜合商場，將攤商集中，是花蓮地區第一個由政府設置的市場，因為位在復興街上所以命為「復興市場」，但為什麼大家都叫它「綜合市場」呢?根據我們訪問復興市場管理員許繡娟小姐的結果，許小姐表示因復興市場有別於其他傳統市場，在這裡可以買到各種民生用品，在店面可以逛街買服飾、農用、生活日用品，再彎進市場購買生鮮蔬果，什麼需求都能滿足，所以大家就俗稱它為綜合市場。而又因為是全花蓮最大的市場，也俗稱「大市場」。

後來於民國 60 幾年有人在復興市場附近也設置了復興地下商場，但無法吸引人潮，只短短經營幾年就吹熄燈號，現在成了積水廢墟。

但隨著時間的流逝，市場也逐漸老舊，於是在 2014 年獲政府補助進行整修，項目有:屋頂防水、招牌整建、鋪面改善、排水改善、廁所、牆柱美化、好農市集及客家攤位美化等，將老舊的市場整理得煥然一新。



二、市場分布

復興市場以十字分佈的路線，復興街每月有各地流動的攤販，在特定的時間帶來不同的營業商品，復興街東側的店面是私人所有，那一側的流動攤商皆是跟屋主承租，這些攤販賣的是各式各樣的百貨商品，有:衣服、鞋子、鍋碗瓢盆……什麼都有，這些攤商都是全省各地跑，每隔一段時間就會到花蓮擺攤，擺攤的時間短則幾天，長則一、兩周。復興街右手邊則是市公所的攤位，每月租金是 1300 元，通常都是由好幾個攤商一起承租好幾個攤位，大家再輪流擺攤。

復興市場目前承租共 179 攤，總攤位為 219 攤，104 年有 194 攤，這幾年減

少了 15 攤，陸續衰減中。攤位承租四年一簽，從 106 年起，只要繳交保證金即可承租，以前需要保證人，承租條件較嚴苛。攤位租金視地點、大小而有不同，租金每月從 780 到 4 千多。目前租金最高的是復興街的路口，因為交通較便利，人潮多是由此進入，早年最貴的卻是曾記麻糬旁的小巷，所以這也見證了人潮流向的改變。

復興市場從 12 年前越南外配首先開了第一家美甲店後，這幾年陸續有新住民紛紛加入，儼然形成美容一條街。我們訪問了首先開設的芳楹美甲店老闆，老闆表示她之前在越南及從事相關工作，後來她因為結婚，嫁到花蓮，因為越南美甲的風氣很盛，而且越南人會在菜市場做美甲，所以她認為台灣人也該也會，所以就選擇這裡開設美甲店。沒想到家鄉的姊妹們也紛紛加入，對於是否會分散掉客源，老闆表示大家聚在一起比較熱鬧親切，而且聚在一起也有群吸作用，大家想到美甲就會走到這裡，且她已深耕許久，所以不怕老顧客流失。

圖 15:復興市場分布圖



圖 16:傳統市場攤位分布圖



三、 實地踏查

(一)訪問攤商和店家

我們在九月十六號下午三點的時候，親自去了一趟綜合市場，雖然這個時間點攤主已經開始忙著收拾了，但還是有部分願意空下時間讓我們訪問，雖然時間只有短短一個小時，但是我們卻有了豐富的收穫。

一開始，我們找了一位豆腐店的老闆，老闆邊忙邊幫助我們進行訪問，這也剛好證實了傳統市場濃厚的人情味，老闆當時跟著丈夫一起來擺傳統市場，至今已經有 30、40 年的歷史，我們也從她的口中得知，以前的綜合市場比較熱鬧，而顧客的減少可能是因為被其他的菜市場吸引走的、人口外移……等等。

接下來我們找到了宗慶魚店老闆，老闆也是因為先生在做傳統市場的工作，結婚後就跟著過來幫忙了，歷史已經有了 30 年多，顧客大多以固定銷售餐廳為

主，散客較少，而老闆也認為是因為重慶市場將人潮都吸引走，少了很多攤販，因此生意自然的下降了。老闆也認為綜合市場停車並不是很方便，建議可以在附近蓋停車場。

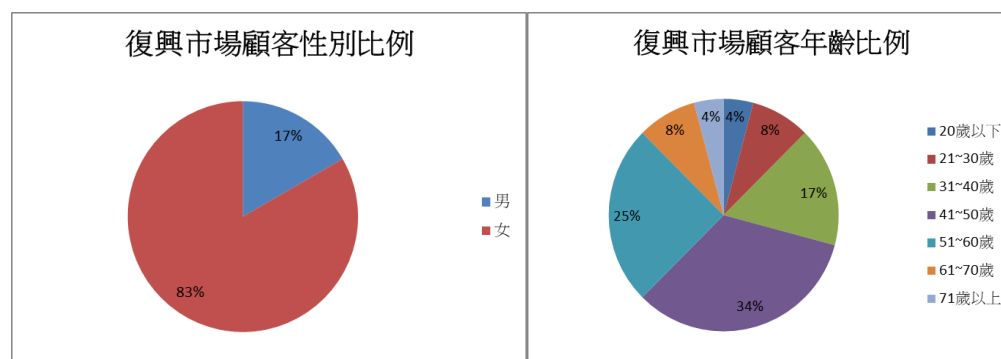
我們也訪問了另一家魚攤——丸來魚行商品，對於攤販商品的重複性，老闆表示每一天的訴求、賣點不同，比如我們訪問的前一家主賣深海魚，她則是主打生魚片，在她營業 25 年中遇到很多的危機，雖然品質有所保證，但還是因為大賣場的興起，而導致業績的下滑，雖然有市公所的鼎力相助，舉辦了很多活動，想讓業績提升，但是事與願違，還是沒有達到預期的效果，老闆對如此窘境，卻能以樂觀的心態面對，認為做生意做到最後不是為了錢，而是為了從服務客人中獲得快樂。

最後，我們走到了位於店面的老字號天行健眼鏡行，訪問第二代的老闆，老闆表示他們已經經營了有 75 之久，所以客源一定，生意不受影響，但外面的攤商和傳統市場則不然，老闆見證了復興市場的興衰，看著市場從原本的熱鬧，漸漸轉為落寞，他發現市場的人潮依然有，但大部分的客人都只是路過，順便看看，購買力不高。

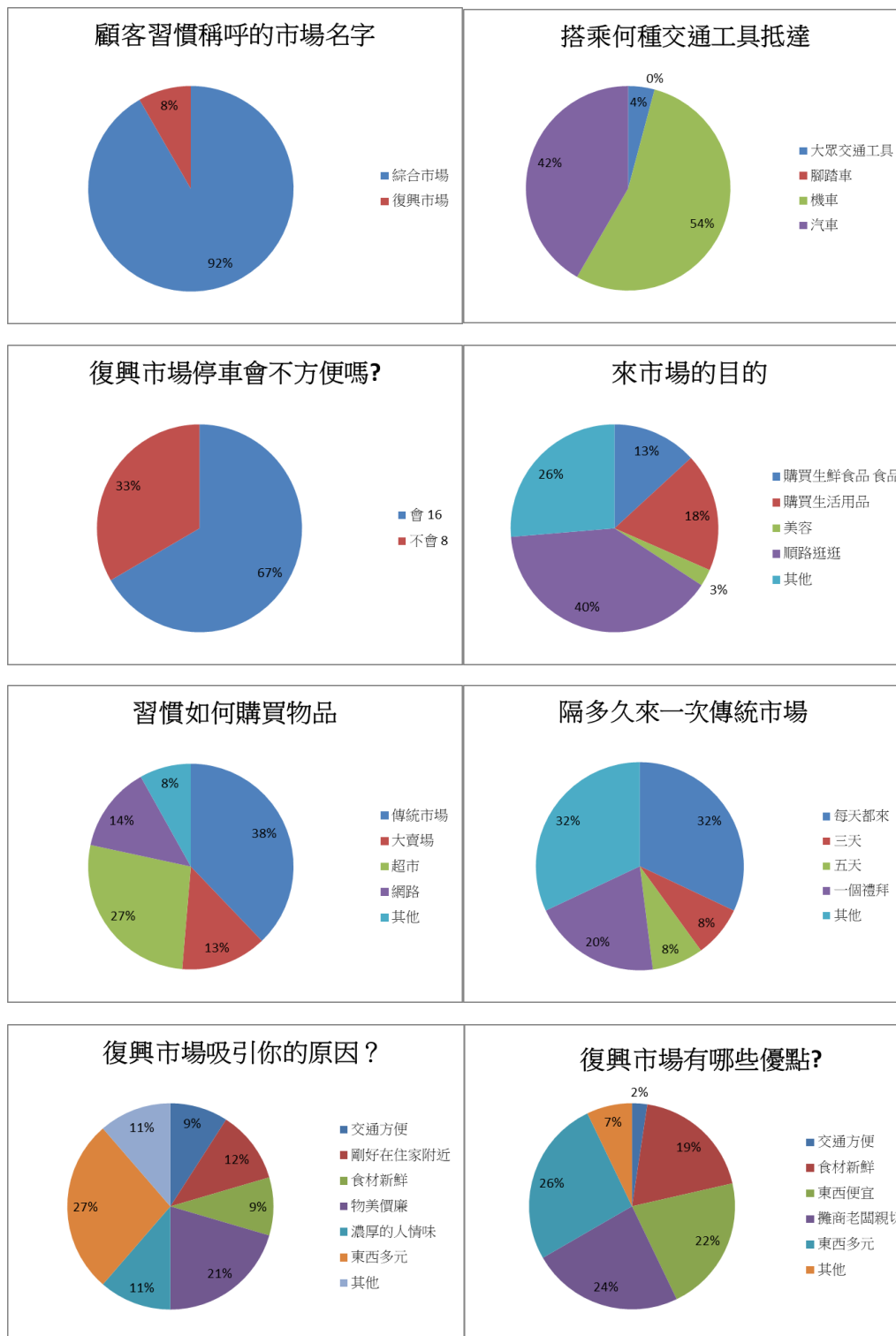


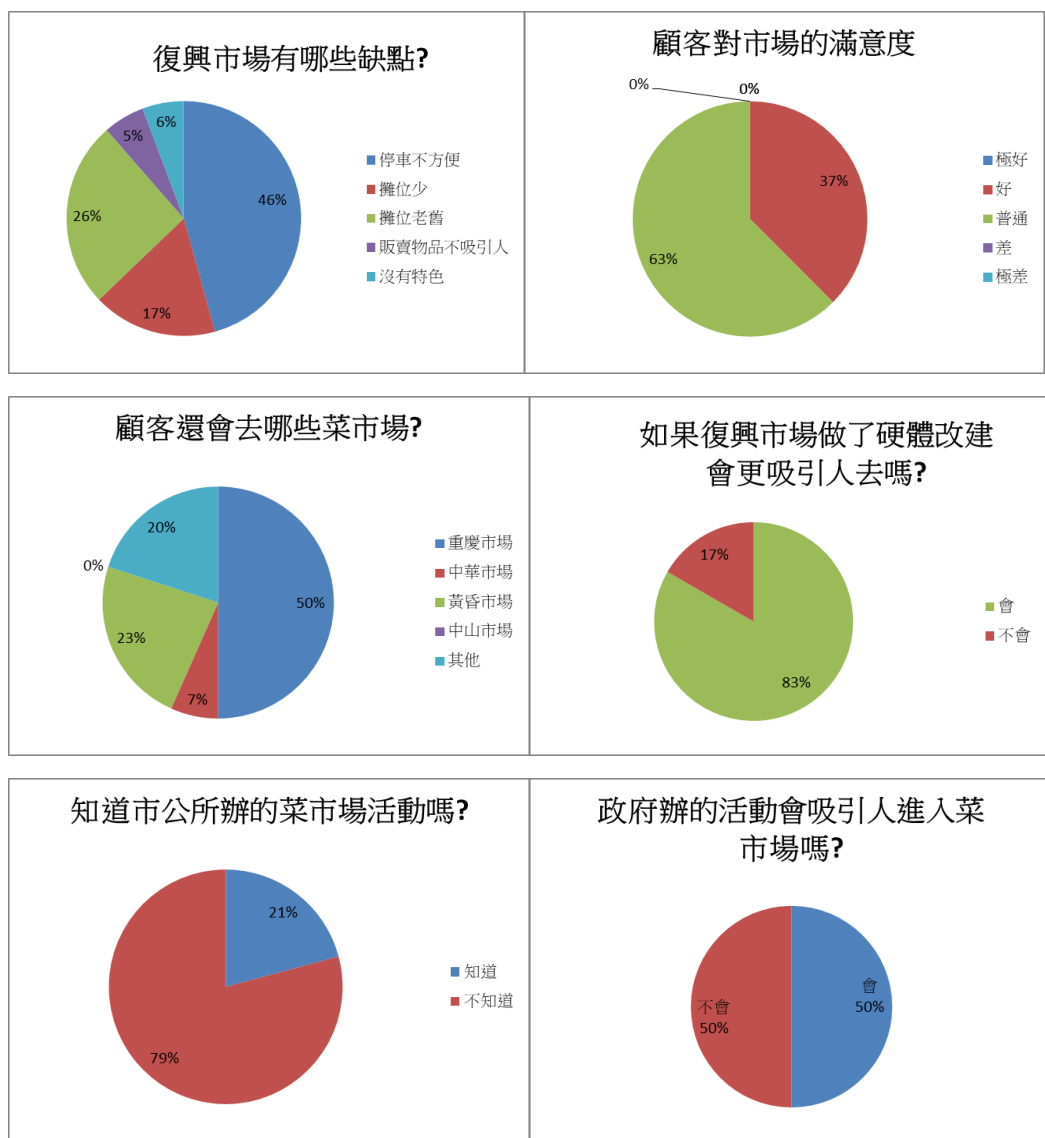
(二)訪問顧客

我們對市場顧客做了一份問卷調查，我們總共訪問了 24 個人，以下是我們的問卷統計結果。



來去菜市仔—復興市場的昔與今





(三)結果分析

根據我們實地調查發現傳統市場內的攤位蕭條很多，閒置的攤位不少，攤商老闆多表示自己在苦撐，老闆們認為復興市場衰退跟大家的消費習慣改變有關，大家都往超市、大賣場、網路購物，攤商生意不好，就不願再承租，而攤位少又會影響顧客進來的意願，產生惡性循環。對於之前市公所所舉辦的活動，攤商表

示助益不大，人帶進來了，但只是曇花一現，活動結束，人還是不會進來。再加上重慶市場整修完畢，容納的攤數變多，很多攤商就移往那裏去了。而這一點很特別的是，流動攤販表示有些賣百貨的攤位移去重慶市場後，生意不好，反而又重回到復興市場，可見復興市場的百貨還是比較佔優勢。

那至於為什麼大多的人都喜歡去重慶市場呢？根據我們訪問的結果，是因為重慶市場的攤位大，有停車場以及東西便宜，且攤位較多選擇上可以有較多選擇，所以人潮就往那裏去了。

我們這次在做問卷調查的時候，我們發現市場內顧客多來去匆匆，很少人願意停下腳步接受我們的訪問，而且市場內可以騎乘機車進來，我們和顧客都要留神閃避機車，險象環生。進到市場的性別還是以女性偏多，年齡層多在 40 歲以上，大部分的人潮都集中在復興街上，大家多是走馬看花，提袋率不高，而進到傳統市場內的顧客大部分都是邊買邊和老闆聊天，甚至有光顧幾十年以上的死忠顧客。

傳統市場內攤商眾多，販賣商品五花八門應有盡有，但除了需要經常到市場採買的婆婆媽媽及餐飲人員，對於一般民眾來說仍是有些距離，為讓民眾更貼近傳統市場，今年 8 月起花蓮市公所推出「有藝市」系列活動，「有藝市—在地市場藝術進駐計畫」系列活動，包括進行三場菜市場導覽活動，邀請菜市場達人陳美齡、陳心梅，帶著民眾前往復興市場、重慶市場與中華市場，深入了解台灣當地季節及特色的食材和小吃，與在地的攤商和農夫們熱情地交流；同時邀請 3 組藝術家進駐花蓮市各市場創作，在菜市場的閒置空間進行藝術創作，藝術家們將透過對於市場觀察及故事記錄，透過多元媒材創作出不同的裝置藝術放置於市場裡，營造屬於在地的美感生活，希望民眾能看到讓舊文化產出新美學生命，展期至 10 月 31 日。讓大家逛市場之餘，也能欣賞到藝術家們對於市場藝術創作的不同呈現。市公所立意良善，活動也非常有趣，但大部分的顧客卻都不知道市公所有舉辦關於菜市場的活動，可見宣傳還是有待加強。



至於改建，顧客對改建的看法多是贊成的，還有人認為最好可以有冷氣吹。但攤販對改建的看法十分兩極，有些人覺得改建可以吸引更多人潮，但也有人覺得改建的時間如果太久，以前的老顧客會消失，也怕在改建的時間會沒有經濟收入。

參●結論與建議

一、結論

透過這次的研究我們得到的結論如下：

- (一) 以前的傳統市場都位於熱鬧的市街，就近提供民眾一處新鮮、方便、便宜的日常採買場所。「上菜市仔」買菜兼閒話家常，曾經是每個家庭主婦每天例行的工作。所以復興市場佔著地利之便，尤其它又是花蓮最早的市場，販賣的商品又玲瓏滿目，所以仍有其優勢。
- (二) 隨著國民所得逐漸提高與社會結構的轉變，連鎖店、賣場相繼興起，老舊擁擠的傳統市場相形之下顯得落伍，營業受到不小衝擊，也連帶影響到場內攤商的生計。然而，傳統市場仍有它獨特的魅力。走進市場，活蹦亂跳的感覺、攤商親切的招呼、私房的料理建議，樣樣都將買菜變成了一種樂趣，這就是台灣的「菜市仔文化」，這樣的文化應該要好好保存下來。
- (三) 因為鄰近的重慶市場興起，停車不便，及消費型態的改變，復興市場已日漸式微，民主里吳明崇里長表示當地居民亦想恢復昔日風光，但苦無對策，他們有心，但還需政府多幫一把。

二、建議

經由上述結論，我們提出以下建議：

- (一) 消費型態的改變是時之所趨，不可避免，隨著婦女踏入職場、家庭結構由大變小，現代人的買菜習慣逐漸從原食材、以白天為主的購物時間轉變為購買熟食或處理好的食材、下班後的晚上時間來購物居多。所以政府是不是可以透過輔導，協助攤商將原食材做加工處理，或者引進第二次加工的攤商，協助顧客處理食材，讓講求快速的現代人回家方便料理。再來或是將營業時間改兩段式，方便職業婦女，下班可以採買，尤其復興市場就位在商業區，朝九晚五的上班族多，所以下班後的商機應該滿可觀的。我們認為發展特色是可以努力的方向，讓復興市場走出自己的路。
- (二) 至於硬體設備的改進，我們覺得可以先將部分市場區域進行改建，分批分區的改建，盡量做到不影響生意不影響環境及不斷客源為主要目的。而停車問題有待政府再做規劃，停車方便，人潮就會進來了。
- (三) 政府努力辦活動，但如何做到宣傳有時比辦活動更重要，復興市場裡有老字號的豆乾店、潤餅店、肉舖……等，都可以透過行銷，創造網紅商機。但攤商年齡層偏高，使用網路行銷恐怕有困難，政府可以在這一方面多加協助，只要年輕人願意進來，攤商濃濃的人情味就可以發揮功效，留住人潮。

肆●引註資料

一、書籍

- 劉克襄(2015)。男人的菜市場。台北市：源流出版社。
楊路得(2015)。臺灣味菜市場。台中市：晨星出版社。

二、電子網路資料

https://taronews.tw/amp/2020/03/14/635943/?fbclid=IwAR2iJvigWNVI1YiT7iBblhmias9D2WM7JT9Lf7wp3-Dggn85zr2jg_e8rx4 芋傳媒

https://www.hakka.gov.tw/Content/Content?NodeID=34&PageID=25976&fbclid=IwAR2iJvigWNVI1YiT7iBblhmias9D2WM7JT9Lf7wp3-Dggn85zr2jg_e8rx4 客家委員會

<https://www.facebook.com/HualienCityHall/posts/1743936519082543> 花蓮市公所

http://culture-tourism.hualien.gov.tw/lecture_dt.php?id=28 花蓮市文化觀光局資訊網

<https://www.cna.com.tw/news/firstnews/201804295004.aspx> 中央通訊社

<https://www.ettoday.net/news/20200530/1726367.htm> ETtoday 新聞網

<http://chur.chu.edu.tw/bitstream/987654321/17604/1/NC092CHPI0224001.pdf> 中華大學 碩士論文